



ISSN 2239-7345

2018-1/25-ECLI

Istituto Universitario di Studi Europei
Working Papers Series

<http://workingpapers.iuse.it>

ECLI
European and
Comparative Law
Issues

Elena Grasso

La trasparenza delle informazioni al consumatore e la comparabilità del conto di pagamento alla luce della direttiva 2014/92/UE



La trasparenza delle informazioni al consumatore e la comparabilità del conto di pagamento alla luce della direttiva 2014/92/UE

Elena Grasso*

1. Introduzione; 2. Dal consumatore al cliente: la tutela della trasparenza introdotta dalla Direttiva 2007/64/CE e dalle Disposizioni in materia di Trasparenza di Banca d'Italia del 29 luglio 2009; 3. La trasparenza nelle disposizioni di vigilanza del 29 luglio 2009: una prospettiva linguistica; 4. Accesso, portabilità e comparabilità dei conti di pagamento: la Payment Accounts Directive 2014/92/UE. 5. La comparabilità del conto corrente bancario: esperienze precedenti la Direttiva 2014/92

1. Introduzione

La trasparenza delle informazioni al cliente non è sempre stata una priorità delle aziende operanti nel settore bancario. Nell'immaginario collettivo, i moduli prestampati con le clausole riportate in caratteri minuscoli erano sovente associati all'agenzia di banca, nella quale il funzionario invitava il cliente ad apporre diverse sottoscrizioni, senza indugiare in lunghe spiegazioni.

La realtà dei fatti è per fortuna meno grigia: soprattutto nell'ultimo decennio le banche hanno compiuto decisi passi avanti in funzione della trasparenza e della comparabilità dei prodotti bancari, e tra questi in particolare il conto corrente bancario.

Questi passi avanti si devono innanzitutto alla spinta di direttive europee come la 2007/64/CE “*Direttiva europea sui servizi di pagamento*”, attuata nell'ordinamento italiano con il D. Lgs. n. 11 del 27 gennaio 2010, la Direttiva 2014/92/UE “*Direttiva europea sulla comparabilità delle spese relative al conto di pagamento, sul trasferimento del conto di pagamento e sull'accesso al conto di pagamento con caratteristiche base*”, attuata di recente con il D. Lgs. n. 37 del 15 marzo 2017, e infine la Direttiva 2015/2366/UE “*Direttiva europea sui servizi di pagamento*” che ha abrogato la Direttiva 2007/64/CE ed è stata attuata con il D. Lgs. n. 218 del 15 dicembre 2017.

La spinta alla tutela della trasparenza non si deve solo alle innovazioni volute dal legislatore europeo ma anche alla trasformazione del mercato bancario. La maggiore consapevolezza del cliente sta alla base della rivoluzione vissuta in questo decennio dal sistema bancario, all'insegna dell'incremento esponenziale dei servizi di *internet banking*, e alla contestuale massiccia riduzione delle filiali sul territorio.

Nell'era dell'*internet banking* il fruitore del conto corrente si emancipa e diventa attore di un mercato globalizzato che non presuppone più uno scambio linguistico cliente-banca, e in una certa

¹*Assegnista di ricerca dell'Università di Torino

misura neppure un preciso riferimento territoriale; dalla filiale dove si negoziavano le caratteristiche di un prodotto si è passati ad uno schermo, dove lo si sceglie direttamente.

Dotato di una capacità di scelta e di mobilità notevoli, il cliente della banca acquista un maggiore potere di mercato; la sua fidelizzazione avviene attraverso offerte e servizi sempre più appetibili. Il prodotto della banca non è più difeso dal territorio ma dal mercato, e la concorrenza è fatta dall'individuazione di profili sempre più a misura di cliente.

Uno dei prodotti bancari più comuni e contemporaneamente più toccato dalla rivoluzione di internet è costituito dal conto corrente bancario, che semplifica la gestione del denaro, grazie ai servizi offerti dalla banca per effettuare pagamenti e riscuotere incassi, e al contempo consente la raccolta dei risparmi destinati a fronteggiare le spese correnti². Il successo dell'*internet banking* è pertanto documentato dall'esplosione dei servizi di *home* e *corporate banking* in Italia: da poco più di un milione di utenti nel 1997, a quasi 27 milioni nel 2009³.

Scegliere un conto corrente *on line* tra il mare di offerte presentate su internet può tuttavia rappresentare un fattore di sconforto per chi vuole avvicinarsi per la prima volta all'*internet banking*, a causa delle numerose e spesso apparentemente simili proposte esistenti.

Semplificazione e trasparenza diventano gli imprescindibili requisiti delle relazioni tra banca e cliente, attuate attraverso l'utilizzo di un linguaggio comprensibile ed uniforme e la comparabilità dei servizi offerti.

2. Dal consumatore al cliente: la tutela della trasparenza introdotta dalla Direttiva 2007/64/CE e dalle Disposizioni in materia di Trasparenza di Banca d'Italia del 29 luglio 2009

Quando si parla di trasparenza per gli intermediari bancari e finanziari, s'intende l'insieme di regole e comportamenti finalizzati a far conoscere ai clienti gli elementi essenziali del contratto e le loro eventuali variazioni.

La legge n.154 del 17 febbraio 1992 imponeva alle banche e agli altri soggetti che esercitano professionalmente attività di intermediazione nel territorio dello Stato di dare al cliente una chiara e corretta informazione in materia di tassi, prezzi e altre condizioni praticate. La legge è stata poi recepita dal T.U. bancario al titolo VI (artt.115 e ss.) e quindi abrogata⁴.

² Il conto corrente bancario è quel contratto per cui la banca si impegna nei confronti del cliente a “prestare un servizio, consistente in sostanza in un servizio di cassa, ossia nel provvedere per conto del cliente correntista, su ordine diretto ed indiretto e con le sue disponibilità, ai pagamenti ed alle riscossioni”. Cfr. Cass. 30.10.1968, n. 3637; conforme eCass., 21.12.1971, n. 3701.

³ Dati Banca d'Italia.

⁴ Ad eccezione dell'art. 10 in tema di fideiussione per obbligazioni future o condizionali (la cosiddetta fideiussione omnibus).

L'ambito di applicazione di questa normativa è costituito da tutte le operazioni e da tutti i servizi aventi natura finanziaria e bancaria, offerti in Italia ai clienti, anche al di fuori delle proprie dipendenze e mediante tecniche di comunicazione a distanza.

Nella relazione tra banca e cliente assumono particolare rilevanza la pubblicità, l'informativa precontrattuale, i contratti e le comunicazioni periodiche alla clientela, sul contenuto dei quali sono intervenuti il Comitato Interministeriale per il Credito e il Risparmio (C.I.C.R.) il 4 marzo 2003⁵ e successivamente le disposizioni della Banca d'Italia in materia di trasparenza del 29 luglio 2009⁶.

Sul riconoscimento del valore della trasparenza relativa alle condizioni e ai requisiti di informazione dei servizi di pagamento è incentrata la direttiva 2007/64/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 13 novembre 2007, che individua nella mancata armonizzazione del settore un intralcio al funzionamento del mercato interno. Secondo la normativa in esame le informazioni da fornire dovrebbero essere proporzionate alle necessità degli utenti e comunicate in modalità standard⁷.

Recepita dal D. Lgs n. 11 del 27 gennaio 2010, la Direttiva ha introdotto diverse innovazioni, fra cui la distinzione della clientela in più categorie e una maggior attenzione alla semplificazione ed alla comprensibilità delle informazioni e del modo in cui sono fornite, sia in fase precontrattuale che nel corso del rapporto: l'art.126-quater, punto 1, lettera a) individua nella Banca d'Italia l'autorità competente a disciplinare i contenuti e le modalità delle informazioni e delle condizioni che il prestatore dei servizi di pagamento fornisce o rende disponibili all'utilizzatore di tali servizi, al pagatore e al beneficiario. Tali informazioni e condizioni "sono redatte in termini di facile comprensione e in forma chiara e leggibile".

A far da collante tra le queste norme si colloca la relazione della Banca d'Italia del 2008, che ha evidenziato la carenza di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari nell'ambito delle relazioni tra intermediari e clienti. La riforma allora solo prospettata mirava ad aumentare il coefficiente di trasparenza della documentazione bancaria ed era volta a favorire la comparabilità delle informazioni, rafforzare la tutela della clientela e tenere conto dei più recenti interventi del legislatore. In particolare, proprio nei confronti della clientela al dettaglio la riforma prevedeva norme più stringenti: "chiarezza e comparabilità delle informazioni che gli intermediari devono fornire vengono favorite attraverso la standardizzazione di alcuni documenti, quali l'avviso dei

⁵ Delibera CICR del 4.03.2003, pubblicata in G.U. n. 72 del 27.03.2003 commentata da G. Carriero, in *Dir. Banc e Merc. Fin.*, 2003, II, p. 8 ss.; Le Istruzioni di Vigilanza della Banca d'Italia del 25.07.2003 integrano la cosiddetta trasparenza bancaria, la cui disciplina di base è contenuta nel Titolo VI del d. lgs. 385/1993 "Testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia".

⁶ Provvedimento del 29 luglio 2009, Banca d'Italia, accessibile al sito www.bancaditalia.it.

⁷ Cfr. direttiva 2007/64/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13.11.2007, n. 23, relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, recante modifica delle direttive 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE e 2006/48/CE, che abroga la direttiva 97/5/CE, G.U.C.E. 5.12.2007 L 319 1.

principali diritti del cliente, i fogli informativi e i documenti di sintesi per i conti correnti e i mutui alla clientela”⁸.

Nel garantire la migliore e immediata comparabilità dei costi la Banca d'Italia sceglieva di agevolare e valorizzare l'impiego di internet, quale canale meno costoso, in tutte le fasi del rapporto banca-cliente: informativa precontrattuale, conclusione del contratto, informazioni periodiche⁹.

Le linee guida della riforma sono state pertanto tracciate all'esito di un'analisi preliminare di impatto della regolamentazione, che ha evidenziato come “per la clientela bancaria, le iniziative sulla trasparenza consentirebbero una più immediata comparabilità dei costi ed una maggiore coerenza tra le proprie esigenze e le scelte effettuate. Per gli intermediari, la maggiore trasparenza sulle caratteristiche e sui costi dei prodotti finanziari contribuirebbe a contenere i rischi di reputazione e legali”.

Il 29 luglio 2009 la Banca d'Italia ha emanato le Disposizioni in materia di Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari¹⁰, poi integrate dal provvedimento del 15 febbraio 2010, che calibra la disciplina a seconda della natura della clientela¹¹ e della tipologia dei prodotti bancari¹².

La normativa in esame, recependo il principio di proporzionalità enunciato nella direttiva¹³, definisce il *cliente* come *qualsiasi soggetto, persona fisica o giuridica, che ha in essere un rapporto contrattuale o che intenda entrare in relazione con l'intermediario*.

La figura delineata comprende pertanto il *consumatore*, normalmente inteso come la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta, e la *clientela al dettaglio*, che comprende oltre ai *consumatori*, *le persone fisiche che svolgono attività professionale o artigianale, gli enti senza finalità di lucro, le micro-imprese*¹⁴.

⁸ Relazione del 29.5.2009, consultabile al sito: www.bancaditalia.it/pubblicazioni/relann/rel08.

⁹ Relazione del 29.5.2009, consultabile al sito: www.bancaditalia.it/pubblicazioni/relann/rel08, capitolo 19, La protezione del consumatore.

¹⁰ G.U. del 18.09.2009, n. 217.

¹¹ Il recepimento nella normativa in esame del principio di proporzionalità consiste nell'introduzione di una differenziazione della disciplina a seconda delle caratteristiche delle attività e dei servizi prestati e della clientela cui tali attività si rivolgono. C. Marini, *La nuova disciplina della trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari*, in *Rivista di diritto bancario*, 4/2010, consultabile al sito: www.diritto bancario.it.

¹² Le nuove Disposizioni di Vigilanza non si applicano ai servizi e alle attività di investimento e nemmeno ai prodotti composti, che attraverso contratti diversi realizzano un'unica operazione negoziale, qualora sia prevalente la componente di investimento. A. Lupoi, *Trasparenza e correttezza delle operazioni bancarie e di investimento (note alle Nuove Istruzioni di Banca d'Italia sulla trasparenza)*, in *Contratto e impresa*, 2009, p. 619 ss.

¹³ Considerando n. 60.

¹⁴ Nella categoria delle PMI si definisce microimpresa un'impresa che occupa meno di 10 persone e realizza un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiore a 2 milioni di euro. Cfr. art. 2, punto 3, allegato I della Raccomandazione della Commissione Europea n. 2003/361/CE.

Il provvedimento si innesta in quel filone di disposizioni che muovono dalla necessità di tutelare le parti contrattualmente e fisiologicamente deboli, a livello europeo e nazionale¹⁵, senza tenere conto del fatto che il soggetto meritevole di tutela appartenga o meno alla categoria dei consumatori.

Le norme sulla trasparenza sono finalizzate a tutelare il cliente dall'asimmetria informativa, responsabile della patologia di un accordo che, specie in particolari settori di mercato, comporta scelte non ponderate, irrazionali, e pertanto potenzialmente dannose¹⁶.

Con la definizione di cui al punto 3 delle disposizioni sulla trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari, la Banca d'Italia introduce una categoria eterogenea che supera l'angusta dicotomia professionista-non professionista per delineare i contorni di uno status ontologico che è costituito dall'avere una struttura piccola, e, per conseguenza, risorse limitate, mai come adesso in balia del colosso bancario¹⁷.

Se le sfaccettature del consumatore "normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto, tenendo conto di fattori sociali, culturali e linguistici e, soprattutto, dell'esistenza di gruppi di consumatori particolarmente vulnerabili per età, malattia o istruzione"¹⁸ sono oramai ben note¹⁹, è pur vero che le scelte di questo debole ma essenziale attore²⁰ del mercato continuano a plasmare i contorni di una nozione che è funzionale rispetto al suo corretto funzionamento e tutelato in modo diverso nei singoli Stati membri²¹.

¹⁵ Sul fronte nazionale, si consideri la legge sulla subfornitura, 192/1998 e quella sul *franchising*, 129/2004; sul fronte europeo, la disciplina dei ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali di cui alla dir. 2000/35/CE, attuata con d. lgs. 231 del 2002.

¹⁶F. Bartolini, *Il consumatore: chi era costui?*, in *Danno e responsabilità*, IV, 2009, pp. 385 e ss..

¹⁷ Il fallimento della Lehman e Brothers Holdings Inc., che il 15 settembre 2008 ha presentato domanda di ammissione al Chapter 11 del Bankruptcy Code, contribuendo a far scoppiare la bolla della crisi mondiale attualmente in corso, travolgendo risparmiatori e azionisti. Sulla correlazione tra la crisi finanziaria e l'assenza di informazione nei rapporti banca-cliente V. M. Bigelli, S. Mengoni, *Patti Chiari. Ma non tanto*, in *www.lavoce.info*. In argomento, F. Cavazzuti, *Patti Chiari e i rischi del mercato*, in *Il Sole 24 Ore*, del 6.03.2009; P. Zucca, *Il bollino Patti Chiari non c'è più*, in *Il Sole 24 Ore*, del 18.07.2009.

¹⁸ È il considerando numero 18 della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, 11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno, che modifica la direttiva 84/450/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n.2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio (direttiva sulle pratiche commerciali sleali) in G.U.C.E., L. 149, 11 giugno 2005.

¹⁹ C. Poncibò, *Il consumatore medio*, in *Contratto e Impresa/Europa*, 2007, pp. 734-757.

²⁰ S. Travers, G. De Faultrier, *L'assignation à être*, Michalon, 2005.

²¹ T. Bourgoignie, D. Trubek, *Consumer Law, Common Markets and Federalism in Europe and The United States, Integration through Law, Europe and the American Federal Experience*, a cura di W. de Gruyter, Berlin, New York, 1987.

La Corte di giustizia dell'Unione europea ha pertanto giocato un ruolo fondamentale nell'uniformare la nozione²², elaborando il concetto di consumatore *medio*²³, *ragionevole*²⁴, *educato*²⁵, *qualificato*²⁶, astrattamente concepito e poi calato nella realtà nazionale attraverso i giudici degli Stati membri.

Così nella *Comunicazione sull'utilizzazione delle lingue per l'informazione dei consumatori* del 10 novembre 1993, COM(93) 456 definitivo, la Commissione non solo ribadisce che "l'informazione dei consumatori sulle qualità e sulle caratteristiche dei prodotti e dei servizi offerti è un diritto", ma specifica che "un'informazione difficile da leggere e da comprendere può avere conseguenze molto negative per la salute e per la sicurezza del consumatore"²⁷.

La necessità di bilanciare il principio di libera circolazione, finalizzato allo sviluppo del mercato interno, con quello della tutela del consumatore, incentrato non più solo sullo sviluppo del mercato ma anche sulla protezione dell'individuo, si realizza mediante un'effettiva informazione del soggetto agente²⁸.

Le Disposizioni di vigilanza del luglio 2009 allargano i confini della tutela prevista per le parti contrattuali deboli ed estendono ai "clienti al dettaglio" l'applicazione delle norme concernenti la distribuzione di prodotti di altri settori (mobiliare, assicurativo, ecc.), le clausole vessatorie nei contratti dei consumatori, la pubblicità ingannevole e le pratiche commerciali scorrette, nonché la commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori, il commercio elettronico, il

²² Corte CE, 18.05.1993, Causa C-126/91, *Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft c. Yves Rocher GmbH*, in *Racc.* 1993, p. I-2361; Corte CE, 2.02.1994, causa C-315/92, *Verband Sozialer Wettbewerb EV c. Clinique Laboratoires SNA e Esté Lauder Cosmetics*, in *Racc.* 1994 p. I-317; Corte CE, 6.07.1995, causa C-470/93, *Verein Gegen Unseren in Handel und Gewerbe Köln e V c. Mars GmbH*, in *Racc.* 1995, P. I-1923.

²³ Corte CE, 16.07.1998, causa C-210/96, *Gut Springenheide GmbH e Rudolf Tusky c. Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt-Amt für Lebensmittelüberwachung*, in *Racc.*, 1998, p. I-4657.

²⁴ Corte CE, 6.11.2003, causa C-358/01, *Commissione delle CE c. Regno di Spagna*, in G.U.C.E., serie C 7, 10.01.2004.

²⁵ L'art. 153 CE (ora art. 169TFUE), inserito nel titolo del Trattato dedicato alla «Protezione dei consumatori», reca, al paragrafo 1, una disposizione generale in forza della quale, al fine di promuovere gli interessi dei consumatori ed assicurare un livello elevato di protezione di questi ultimi, la Comunità contribuisce a tutelare la salute, la sicurezza e gli interessi economici dei consumatori stessi, nonché a promuovere il loro diritto all'informazione, all'educazione e all'auto-organizzazione per la salvaguardia dei propri interessi. Cfr. Sentenza del Tribunale di primo grado (Seconda Sezione) del 27.02.1992, *Société d'hygiène dermatologique de Vichy contro Commissione delle Comunità europee*, Causa T-19/91, raccolta della giurisprudenza 1992, p. II-00415.

²⁶ Durante l'incontro di chiusura del progetto "Investimenti Cinesi in Europa", tenutosi giovedì 27 maggio presso l'Unione Industriale di Via Fanti 17, Torino, in cui il Centro di alti studi sulla Cina contemporanea e Chatham House di Londra hanno presentato i risultati di una ricerca durata due anni, avente ad oggetto lo studio degli investimenti cinesi in Europa, è stato rilevato che uno dei motivi principali che spingono gli investitori cinesi ad effettuare un primo passo verso il mercato dell'Unione è quello di testare un prodotto su un consumatore particolarmente avveduto quale quello europeo.

²⁷ Senza arrivare a toccare problematiche relative al multilinguismo nell'informazione del consumatore, che relativamente alla nozione di "facilmente comprensibile" hanno impegnato sia i giudici comunitari che quelli nazionali e per le quali si rinvia alla lettura dell'interessante saggio di M. C. Soriano, *Les exigences linguistiques: une entrave légitime à la libre circulation*, in *Cahiers de droit européen*, n. 2002/1-2, pp. 9-44;

²⁸ Il bisogno della tutela del consumatore viene individuato dalla dottrina attraverso il riferimento alla sua *strutturale inferiorità*, legata all'asimmetria informativa in ordine alle caratteristiche del prodotto. Cfr. L. Costato, *Compendio di diritto alimentare*, 3° edizione, Padova, 2006, p. 69 ss.

recesso dai rapporti di durata, l'estinzione anticipata dei mutui immobiliari e la portabilità dei finanziamenti, i diritti e gli obblighi relativi alla prestazione e all'uso di servizi.

Nei confronti dei clienti l'informazione chiara, corretta ed esaustiva è quindi essenziale per ridurre l'asimmetria cliente-banca sia al momento della stipula del contratto, sia per tutta la durata del rapporto.

Nel rapporto banca-cliente l'informazione svolge un ruolo di primaria importanza, perché è grazie ad essa che quest'ultimo opera una scelta consapevole.

Le Disposizioni di Banca D'Italia del luglio 2009 stabiliscono che le informazioni fornite dall'istituto bancario devono essere corrette, devono cioè coincidere con le condizioni effettivamente praticate, e devono essere chiare ed esaustive, allo scopo di consentire ai clienti di pervenire ad un'adeguata comprensione e conoscenza dei servizi offerti dall'intermediario e delle caratteristiche degli stessi²⁹.

In questo modo non si tutela solo il cliente, ma si favorisce la concorrenza del mercato bancario³⁰.

Il momento della scelta di dove aprire un conto corrente avviene attraverso l'analisi e la comparazione del materiale informativo predisposto dalla banca. A questo proposito, l'art. 116 T.U.B. già imponeva agli intermediari di pubblicizzare nei locali aperti al pubblico tassi di interesse, prezzi, spese e condizioni economiche. Con le Disposizioni di vigilanza del 25 luglio 2003 la Banca d'Italia si proponeva lo scopo di rendere noti ai clienti gli elementi essenziali del contratto e le loro variazioni, in modo tale da garantire il rispetto delle regole e dei principi di trasparenza e correttezza nei rapporti con la clientela. La normativa in esame si applicava a tutte le operazioni e a tutti i servizi disciplinati ai sensi del titolo VI del T.U. (incluso il credito al consumo e i servizi di pagamento) aventi natura bancaria e finanziaria offerti dagli intermediari, anche al di fuori delle dipendenze ("fuori sede") o mediante "tecniche di comunicazione a distanza, mentre restano esclusi dal suo campo di applicazione i servizi, le attività di investimento e il collocamento di prodotti finanziari di cui all'art. 23, comma 4, del T.U.F."

3. La trasparenza nelle disposizioni di vigilanza del 29 luglio 2009: una prospettiva linguistica.

La necessità di un effettivo rispetto delle disposizioni in materia di trasparenza con particolare riferimento agli obblighi di pubblicità sulle condizioni contrattuali, i requisiti minimi di forma dei contratti, la tutela delle variazioni delle condizioni e la gestione dei reclami ha portato la Banca d'Italia a richiedere agli intermediari iscritti nell'elenco di cui all'art. 106 T.U.B. l'adozione di una procedura di controllo interno³¹.

²⁹ Sono i principi enunciati nel paragrafo 1.3 *Principi generali* di cui alle disposizioni sulla Banca d'Italia.

³⁰ C. Marini, *La nuova disciplina della trasparenza e delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari*, cit.

³¹ Circolare 29.05.2008, prot. n. 6000867.

La nostra Banca centrale, nella Sezione II delle Disposizioni di vigilanza del 29 luglio 2009, poi emendate dalle disposizioni del 15 febbraio 2010 sui servizi di pagamento, mette a punto tre strumenti fondamentali finalizzati alla semplificazione e all'informazione del cliente: il *documento contenente i principali diritti del cliente*, che li esplicita in fase contrattuale e precontrattuale sia in caso di offerta presso lo sportello e fuori sede che in caso di contratti conclusi a distanza³²; le *guide pratiche*, che riguardano i contratti più comuni come conto corrente e mutui ipotecari; i *fogli informativi*, documenti messi a disposizione del cliente presso ogni filiale della banca che espone in modo analitico tutte le caratteristiche ed informazioni di un determinato prodotto, da aggiornarsi continuamente e da conservarsi per un quinquennio su un supporto duraturo.

Da un punto di vista commerciale, il foglio informativo rappresenta la prima forma di pubblicità di un prodotto bancario. Affinché le caratteristiche di quest'ultimo siano esplicitate efficacemente, la Banca d'Italia si è premurata di enunciare criteri redazionali che garantiscano la correttezza, completezza e comprensibilità delle informazioni, così da consentire al cliente di capire le caratteristiche e i costi del servizio, confrontare con facilità i prodotti e adottare decisioni consapevoli.

Per questo motivo la qualità redazionale dei prospetti informativi assume rilievo normativo³³, proprio come il dibattito incentrato sulla chiarezza dei documenti legislativi che imperversa tutt'ora sia livello nazionale che europeo³⁴.

³² Allegato I delle disposizioni sulla trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari.

³³ Sezione 1.4 delle Disposizioni sulla trasparenza, *cit.*

³⁴ In ambito comunitario, il bisogno di comprensibilità e coerenza fu avvertito già dal Consiglio europeo riunito ad Edimburgo nel 1992 e successivamente ribadito nella dichiarazione n. 39 relativa alla qualità redazionale della legislazione comunitaria, allegata all'atto finale del Trattato di Amsterdam. L'art 220, primo comma, del Trattato di Maastricht del 7 febbraio 1992 affida alla Corte di giustizia delle Comunità europee il compito di assicurare il rispetto del diritto nell'interpretazione e nell'applicazione del Trattato sull'Unione europea. Nello stesso periodo, il *Conseil d'État* francese segnalava l'oscurità della legislazione europea e l'allarmante ricorso che quest'ultima faceva alle definizioni (cfr. Rapporto del *Conseil d'état. Le droit communautaire*, Etudes et documents N.44, Paris: Rapport public, 1992). Nello stesso anno il Consiglio riunito a Birmingham esprimeva la necessità di avere norme più chiare e più semplici e pochi mesi dopo adottò una Risoluzione che stabilì i dieci comandamenti della redazione legislativa (cfr. Risoluzione del Consiglio dell'8 giugno 1993 sulla qualità del *drafting* della legislazione comunitaria G.U. C 166, 17.6.1993). Si trattava di ottime regole, ma ostava alla loro effettiva osservazione il fatto che fossero contenute in una risoluzione, atto privo di efficacia cogente. Nel 1995 fu quindi redatto un rapporto sulla qualità della legislazione comunitaria ad opera di un comitato di esperti funzionari pubblici olandesi presieduto dal professor T. Koopmans, giudice alla Corte di giustizia delle Comunità europee. Nel 1997 i Paesi Bassi e le Istituzioni europee organizzarono una Conferenza sulla qualità della legislazione europea e nazionale, il cui rapporto venne pubblicato nel 1998 (cfr. A. E. Kellermann ed altri, *Improving the Quality of Legislation in Europe*, The Hague: Kluwer Law International/The TMC Asser Institut, 1998). Sempre nel 1997, su iniziativa della presidenza olandese del Consiglio, supportata dal Regno Unito, la Conferenza Intergovernativa di Amsterdam adottò la Dichiarazione n. 39, riconoscendo "cruciale" la qualità della redazione comunitaria da implementarsi negli Stati membri e invitò le istituzioni a "stabilire con accordi comuni strategie atte a migliorare la qualità redazionale della legislazione comunitaria e ad adottare le misure di applicazione interna necessarie alla loro attuazione".

L'esigenza delle istituzioni di uniformare la propria legislazione sotto l'egida di linee guida quali chiarezza, semplicità ed efficacia (finalità già esplicitate nel Progetto Interistituzionale *Legiferare meglio*, pubblicato sulla G. U. delle Comunità europee del 31 dicembre 2003 (2003/C 321/01) ha portato i servizi giuridici delle tre istituzioni a collaborare all'edizione della "Guida pratica comune del Parlamento europeo, del Consiglio e della Commissione per la redazione dei testi legislativi", che costituisce un utilissimo strumento di lavoro per tutti coloro che sono coinvolti nel processo

I documenti informativi bancari devono pertanto prestare particolare attenzione ai *criteri di impaginazione*, che assicurino livelli di leggibilità elevati, alla *struttura dei documenti*, idonea a presentare le informazioni in un ordine logico e di priorità che asseconi le necessità informative del cliente e che sia in grado di facilitare la comprensione e il confronto delle caratteristiche dei prodotti, alla *semplicità sintattica e chiarezza lessicale*, calibrate sul livello di alfabetizzazione finanziaria della clientela, cui il prodotto è destinato, atte a conciliare precisione linguistica e comprensibilità attraverso la predisposizione di idonei glossari e, infine, *coerenza* tra presentazione delle informazioni e canale comunicativo, che tenga conto di criticità e vantaggi dei diversi canali.

Il principio che anima questa disposizione è evidente: il cliente deve essere messo in condizione di “capire bene”. Pertanto, poiché la Banca a questo proposito assume un’obbligazione di mezzi ma non di risultato, il linguaggio del documento informativo deve essere sufficientemente chiaro da essere comprensibile sia dagli operatori bancari, ma anche e soprattutto dai clienti, che sono pertanto messi in condizione di identificare facilmente le conseguenze che discendono dal prodotto o servizio eventualmente acquistato.

Nel definire ciò che è facilmente comprensibile da ciò che non lo è, il diritto è tradizionalmente imbarazzato, e i giudici prendono una posizione ricorrendo a nozioni astratte e dati concreti, da calare in una realtà ben precisa: si pensi alla questione della circolazione dei prodotti alimentari nell’Unione europea, in cui la comprensibilità dell’etichetta viene giudicata a seconda della lingua in cui è redatta in rapporto allo Stato membro in cui il prodotto è venduto³⁵.

L’allegato 1 delle Disposizioni sulla trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari costituisce un importante strumento esegetico delle affermazioni programmatiche effettuate nell’articolato, poiché fornisce utili esempi di una corretta redazione dei documenti informativi.

I *criteri di impaginazione* devono essere utilizzati per evidenziare le informazioni più importanti: l’uso di frasi in grassetto, sottolineate o scritte in carattere maiuscolo deve avvenire in modo da non inflazionare queste tecniche redazionali, altrimenti l’attenzione del lettore potrebbe essere sviata dai punti salienti. Sia il carattere che la suddivisione in punti devono pertanto essere adeguati alla

legislativo comunitario, funzionari o Membri del Parlamento europeo. La Guida, edita nel 2003 dall’Ufficio delle Pubblicazioni Ufficiali delle Comunità europee, spiega ed illustra con esempi le nuove politiche di chiarezza e semplicità delle istituzioni comunitarie e ha il merito di saldare, come mai era avvenuto negli altri tentativi di razionalizzazione redazionale, le problematiche di ordine giuridico con quelle di natura linguistica e di averlo fatto in modo tale che diviene difficile ricondurle ad una disciplina piuttosto che ad un’altra.

³⁵ C. M. Soriano, , *Les exigences linguistiques: une entrave légitime à la libre circulation?* cit. Cfr. Sentenza della Corte di giustizia, V sezione, del 12.10.1995, Causa C-85/94, *Groupement de producteurs, importateurs et agents généraux d’eaux minérales étrangères, VZW (piageme e altri contro Peeters NV)*, punti 28-30, in cui la Corte del Lussemburgo ritenne che i giudici nazionali sono competenti a giudicare “se indicazioni obbligatorie fornite in una lingua diversa da quella parlata in via preponderante nello Stato membro o nella regione interessata siano idonee ad essere facilmente comprese dai consumatori di tale Stato o regione (...) tenuto conto di fattori che possono essere indicativi senza essere di per sé determinanti, quali l’eventuale somiglianza delle parole nelle diverse lingue, la generale conoscenza di più di una lingua da parte della popolazione interessata o l’esistenza di circostanze particolari (...) purché si possa constatare che il consumatore è sufficientemente informato”. La *Cour de Cassation* francese, con la sentenza 06-89330 del 13 novembre 2007 conferma questa interpretazione.

rilevanza dell'informazione, in modo da isolare visivamente quella importante senza camuffarla in mezzo ad altre. Il documento deve veicolare un messaggio sintetico e veritiero.

La *struttura dei documenti* deve essere logica e favorire la comprensione e il confronto delle caratteristiche dei prodotti descritti. Per questo motivo informazioni omogenee devono essere raggruppate in sottotitoli di sezioni o di paragrafo, intitolati in modo da esplicitarne il contenuto, e seguire un ordine espositivo che enunci prima i concetti generali e poi via via il dettaglio.

Semplicità sintattica e chiarezza lessicale riguardano sia il prodotto proposto che il pubblico cui si rivolgono: verrà pertanto limitato l'uso di abbreviazioni e, dal punto di vista sintattico, si cercheranno di evitare frasi ridondanti, periodi ipotetici, l'uso massiccio di parentesi e, in generale, di tutti quei costrutti che rendono dubbio se, ad esempio, il complemento oggetto si riferisce al verbo della proposizione principale o subordinata. Le frasi devono essere brevi, esplicitare il soggetto e utilizzare preferibilmente il modo indicativo rispetto al congiuntivo.

La coesione testuale è data dalla paratassi o dalla ripetizione di una parola che, se tecnica, viene spiegata a parte in uno specifico glossario o in una legenda.

La precisione dell'informazione transita sui binari di una terminologia condivisa, ma non su quelli di uno stile ricercato: la specificità del linguaggio bancario non deve andare a scapito della comprensione del messaggio.³⁶ Lo stile è semplice, i termini tecnici spiegati.

Le Disposizioni della Banca d'Italia mirano all'eliminazione del cosiddetto linguaggio bancario e delle parole inutili dai documenti informativi, in sintesi con un più corretto uso della lingua italiana. Il linguaggio bancario è infatti iponimo della lingua comune e costituisce un esempio di comunicazione mista: somma infatti in sé sia le particolarità del linguaggio specializzato, sia quello della lingua del diritto, costituita da lessemi che si combinano tra di loro attraverso relazioni morfosintattiche peculiari, come la nominalizzazione, che risponde ad un'esigenza di spersonalizzazione e compattazione testuale, e la diversa struttura dell'enunciato, che talvolta prescrive, talaltra descrive.

La particolarità del linguaggio bancario sta nel fatto che la comprensione della materia economico-finanziaria ha per il cliente delle conseguenze vincolanti nel momento in cui decide di comprare un prodotto pubblicizzato: la banca deve pertanto raggiungere un equilibrio tra la libera promozione degli stessi, finalizzata ad influenzare le scelte del destinatario suggestionandole attraverso simboli ed immagini, e la loro effettiva comprensione da parte del pubblico.

Nel caso poi di diseguale livello di conoscenza e padronanza del codice e del referente extralinguistico nel dialogo banca-cliente, il rischio che si corre è quello del fallimento del

³⁶ La necessità di una terminologia comprensibile e uniforme ha portato il legislatore europeo a incaricare l'Agenzia Bancaria Europea di elaborare una terminologia standardizzata, come previsto dalla Direttiva 2014/92/UE di cui *infra* par. 4.

meccanismo di comunicazione³⁷: è stato infatti notato che, così come l'uso della modalità gerundiva³⁸, anche l'utilizzo del passivo nelle disposizioni legislative³⁹, oltre a raggiungere un obiettivo di spersonalizzazione e di occultamento dell'autorità impositiva dietro un linguaggio meno imperioso, può produrre anche un effetto straniante nel cittadino⁴⁰.

La *sintonia tra presentazione delle informazioni e canale comunicativo* è esplicativa della volontà di pervenire ad una reale diffusione e comprensione del messaggio contenuto nel documento informativo. Pertanto, se negli avvisi portati a conoscenza del pubblico attraverso il tradizionale mezzo di affissione alle pareti i titoli devono essere commisurati alla naturale prevedibile distanza di una persona che li legge in piedi e devono fornire chiaro riferimento al tema in oggetto, la comunicazione via *web* ha comportato l'evolversi di tecniche di usabilità in grado di favorire la consultazione da parte del lettore. Come per i documenti informativi su supporto cartaceo, così anche nei siti *web* le informazioni relative ad uno stesso argomento devono essere collegate e accessibili attraverso link destinati a favorire il passaggio da una pagina all'altra: le informazioni supplementari devono essere fornite a latere di quelle principali, in modo da consentire all'utilizzatore di accedervi senza che il *surplus* delle informazioni lo confonda.

Poiché la lettura su schermo è fisiologicamente più veloce e si focalizza su meno punti⁴¹, le informazioni devono tenere conto che il *target* degli utilizzatori comprende anche categorie deboli e svantaggiate⁴².

Nel valutare l'effettiva comprensibilità dell'informazione sottoposta al cliente, rilevano anche le tecniche di redazione dei moduli e dei prospetti informativi. In proposito, la giurisprudenza ha affermato che “i moduli presentati ai clienti bancari per la sottoscrizione devono essere redatti con chiarezza, al fine di consentire agli stessi una chiara e immediata rilevazione della portata e dei rischi dell'operazione. La regola della trasparenza dispiega i suoi effetti non solo sul piano

³⁷ G. Cornu, *Linguistique juridique*, Dalloz, 2005, pp. 231-233.

³⁸ M. L. Pierucci, *op.cit.*, riporta l'esempio dell'art. 95 Cost.: “Il Presidente del Consiglio dei Ministri dirige la politica generale del Governo e ne è responsabile. Mantiene l'unità di indirizzo politico ed amministrativo, *promuovendo e coordinando* l'attività dei Ministri”.

³⁹ B. Mortara Garavelli, *Le parole e la giustizia. Divagazioni grammaticali e retoriche su testi giuridici italiani*, Torino, Einaudi, 2001. L'Autrice distingue l'uso del passivo effettuato mediante la forma enclitica, tipico delle disposizioni più recenti (es. “La prova della filiazione può darsi col mezzo di testimoni”, art. 241 c.c.) da quello ottenuto mediante proclisi (es. “L'esame testimoniale si svolge mediante domande su fatti specifici”, art. 499 c.p.c.)

⁴⁰ La giurisprudenza riconosce infatti al linguaggio bancario un tecnicismo immanente ma controllato: esso è “necessariamente tecnico, secondo il lessico bancario, ma privo di esasperazioni”. Cfr. Sentenza Trib. Bari, Sez. II, del 08.06.2006.

⁴¹ Leggere sullo schermo è più stancante per gli occhi ed è più lento di circa il 25% della lettura su carta.

⁴² Cfr. considerando 19 della direttiva 2005/29/CE, che introduce l'idea di un consumatore vulnerabile: “Qualora talune caratteristiche, quali età, infermità fisica o mentale o ingenuità rendano un gruppo di consumatori particolarmente vulnerabile ad una pratica commerciale o al prodotto cui essa si riferisce, e il comportamento economico soltanto di siffatti consumatori sia suscettibile di essere distorto da tale pratica, in un modo che il professionista può ragionevolmente prevedere, occorre far sì che essi siano adeguatamente tutelati valutando la pratica nell'ottica del membro medio di detto gruppo”.

contenutistico, ma anche sulle modalità di comunicazione, che devono garantire chiarezza e comprensibilità⁴³”.

4. Accesso, portabilità e comparabilità dei conti di pagamento: la *Payment Accounts Directive* 2014/92/UE.

Il D. Lgs. n. 37 del 15 marzo 2017 ha attuato, con diversi anni di ritardo, la Direttiva 2014/92/UE “*Sulla comparabilità delle spese relative al conto di pagamento, sul trasferimento del conto di pagamento e sull’accesso al conto di pagamento con caratteristiche base*”, cosiddetta *Payment Accounts Directive*.

La Direttiva armonizza alcuni aspetti della disciplina dei conti di pagamento, per assicurare un’adeguata informativa ai consumatori, accrescere la qualità e la trasparenza delle offerte, favorire la concorrenza e aumentare il livello di inclusione finanziaria.

In particolare, si concentra su tre aspetti essenziali:

- a) il diritto per tutti i consumatori legalmente soggiornanti nell’Unione Europea di aprire un conto di base che consenta di fruire di servizi standard, nell’ottica di promuovere l’inclusione bancaria anche di soggetti svantaggiati;
- b) una procedura per assicurare che il trasferimento del conto di pagamento da un intermediario all’altro, chiesto dal cliente, possa avvenire senza ritardi e senza disfunzioni;
- c) regole per favorire un confronto più efficace tra le offerte dei vari prestatori di servizi di pagamento, per consentire alla clientela una scelta informata e consapevole del prodotto più confacente alle proprie esigenze. A questo fine prevede una documentazione informativa, precontrattuale e periodica, standardizzata a livello europeo e richiede che in ogni Stato membro sia assicurata la presenza di almeno un sito web per il confronto tra le offerte dei diversi operatori.

La Direttiva fissava nel 18 settembre 2016 il termine generale per l’attuazione da parte degli Stati membri delle misure giuridiche nazionali necessarie al suo recepimento. La delega al Governo per recepire la norma in oggetto è stata conferita con la *legge di delegazione europea 2015*, entrata in vigore il 16 settembre 2016, con termine per l’esercizio della delega fino al 16 marzo 2017.

Il ritardo ha determinato l’avvio di una procedura di infrazione nei confronti dell’Italia, con decisione del 24 novembre 2016⁴⁴, ma in realtà la parte più rilevante del contenuto della Direttiva – quella in materia di accesso al conto di base – era già stata recepita nel nostro ordinamento con il

⁴³ Trib. Firenze, 18.02.2005, in *Guida al diritto*, 2005, 24, 83.

⁴⁴ Cfr. Procedura di infrazione n. 2016/0774, ai sensi dell’articolo 258 del TFUE, concernente il mancato recepimento della direttiva 2014/92/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 luglio 2014.

decreto c.d. *Salva Italia* del 2011⁴⁵, che ha introdotto l'obbligo per gli erogatori di servizi bancari di offrire un conto di pagamento di base avente caratteristiche standard, conformi alla Convenzione stipulata tra il Ministero dell'Economia, la Banca d'Italia, la società Poste Italiane, e le associazioni rappresentative dei prestatori di servizi di pagamento. Inoltre, le disposizioni a tutela della portabilità del conto – o meglio del trasferimento dei servizi di pagamento connessi e appoggiati al rapporto di conto corrente – erano già state attuate in Italia con il D.L. n.3 del 24 gennaio 2015⁴⁶.

Al di là dell'esigenza di coordinamento e di armonizzazione delle norme già presenti nell'ordinamento italiano, la novità della Direttiva consiste soprattutto nell'obbligo di comparabilità delle spese collegate al conto di pagamento.

La possibilità di mettere queste ultime a confronto deve essere favorita dall'utilizzo di documenti informativi che utilizzino una terminologia standard europea, e dalla pubblicazione della comparazione dei costi connessi ai servizi di conto di pagamento in appositi siti internet.

Il Testo Unico Bancario, pur modificato in più parti dal D. Lgs. 37/2017 in attuazione della direttiva, non fornisce una definizione del conto di pagamento, che tuttavia la Direttiva 2014/92/UE definisce *“un conto detenuto in nome di uno o più consumatori usato per l'esecuzione delle operazioni di pagamento”*.⁴⁷

La conferma che i conti correnti bancari e postali debbano essere considerati ad ogni effetto conti di pagamento – laddove questi possano essere utilizzati anche per l'esecuzione e il regolamento di operazioni di pagamento – deriva dalla lettura del provvedimento della Banca d'Italia del 2011, che ha attuato il D. Lgs. 11/2010⁴⁸, prevedendo che rientra nella nozione di pagamento *“il conto corrente bancario o postale nei limiti in cui venga utilizzato per operazioni di pagamento”* e *“il conto sul quale vengono addebitate e accreditate le operazioni di pagamento eseguite a valere su una carta di debito o di credito”*.

I contratti di conto corrente bancario o postale, che devono considerarsi una specie del contratto che la direttiva definisce quale conto di pagamento, possono naturalmente prevedere servizi accessori che nulla hanno a che vedere con il conto di pagamento, quali l'erogazione di credito o la raccolta del risparmio.

Le disposizioni in commento si prefiggono di raggiungere l'accessibilità e la portabilità dello strumento del conto di pagamento, e la comparabilità delle sue spese mediante un linguaggio standardizzato a livello europeo.

⁴⁵ Cfr. d.l. 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla l. 22 dicembre 2011, n. 214, recante “disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici”.

⁴⁶ Barillà, Il trasferimento dei servizi di pagamento, in Nuove leggi civ., 2015, 1031-1039.

⁴⁷ Art. 2, n.3, Direttiva 2014/92/UE.

⁴⁸ Provvedimento del Governatore della Banca d'Italia del 5 luglio 2011, “Attuazione del Titolo II del Decreto legislativo n. 11 del 27 gennaio 2010 relativo ai servizi di pagamento”.

Il considerando n. 36 della direttiva stabilisce l'opportunità che *“i consumatori che soggiornano legalmente nell'Unione Europea e non sono titolari di un conto di pagamento in un determinato Stato membro possano aprire e usare un conto di pagamento con caratteristiche di base in tale Stato membro”*. In attuazione di quest'obiettivo, il D. Lgs. 37/2017 inserisce all'art. 126 noviesdecies del T.U.B. il *“Diritto al conto di base”*, prevedendo l'obbligo per i prestatori di servizi di pagamento di offrire alla clientela un conto di pagamento denominato in euro e con caratteristiche di base, denominato *“conto di base”*. Il secondo comma del predetto articolo del TUB prevede il diritto all'apertura del conto di base per tutti i consumatori legalmente soggiornanti nell'Unione Europea senza discriminazioni e a prescindere dal luogo di residenza.

Ad esplicitare la funzione di inclusione bancaria dell'innovazione legislativa, il terzo comma dell'art. 126-noviesdecies T.U.B. precisa che per consumatore legalmente soggiornante si intende chiunque abbia il diritto a soggiornare in uno Stato membro dell'Unione Europea, compresi i consumatori senza fissa dimora e i richiedenti asilo ai sensi della Convenzione di Ginevra del 28 luglio 1951.

Quanto ai limiti del diritto, il D. Lgs. 37/2017 prevede la possibilità del rifiuto dell'apertura del conto di base, laddove vi sia un conflitto con la normativa nazionale e internazionale in materia di contrasto del riciclaggio e del finanziamento del terrorismo, oppure se il consumatore sia già titolare in Italia di altro conto di pagamento, salvo che la richiesta di apertura del nuovo conto sia funzionale al trasferimento del conto.

Le caratteristiche del conto di base previste dal D. Lgs. 37/2017 sono previste nell'“Allegato A” al T.U.B. e comprendono le operazioni tipiche di un conto di pagamento: il deposito di fondi, il prelievo di denaro contante, e le operazioni di pagamento quali il pagamento di fatture o imposte, l'acquisto di beni e servizi mediante bonifici. Il legislatore italiano ha optato per la facoltà più inclusiva, prevedendo tra le caratteristiche raccomandate dalla Direttiva per il conto base anche *“l'emissione, rinnovo e sostituzione di carta di debito”*, e ciò in ragione sia del fatto che la carta di debito era già prevista come caratteristica standard del conto di base introdotto dal D.L. Salva Italia, sia al fine di incentivare l'utilizzo di strumenti di pagamento alternativi al contante.⁴⁹

Principio alla base anche delle innovazioni introdotte dal recepimento della Direttiva 2015/2366/UE, cosiddetta *“Payment Service Directive PSD 2”*, attuata con D. Lgs. n.218 del 15 dicembre 2017.

Il D. Lgs. n.218/2017 amplia i diritti degli utenti dei servizi di pagamento, che beneficeranno di un regime di responsabilità ridotta in caso di pagamenti autorizzati: franchigia ridotta da 150,00 a 50,00 Euro a carico degli utenti. Per promuovere la diffusione di strumenti di pagamento elettronici,

⁴⁹ Cfr. Relazione illustrativa al d.lgs. 37/2017, 6-7.

si conferma il divieto di applicare un sovrapprezzo per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento.

Quanto alle condizioni economiche del contratto di base, a fronte del pagamento di un canone annuo onnicomprensivo il titolare acquista il diritto a effettuare senza addebito di ulteriori spese il numero di operazioni annue definito con decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze⁵⁰.

Il titolare ha sempre diritto di chiedere l'effettuazione di servizi e operazioni diversi o in sovrannumero, che viceversa non gli possono essere imposti dal prestatore, contro il pagamento di ulteriori spese che devono comunque essere "ragionevoli e coerenti con finalità di inclusione finanziaria".⁵¹

Il costo del conto di base è pertanto composto di una voce fissa, prevista per un numero preordinato di operazioni standard, e una voce variabile a seconda del numero di operazioni effettuate oltre soglia.

A garantire l'effettività dell'inclusione bancaria, è poi prevista una tipologia speciale di conto di base erogato a categorie particolari di consumatori: fasce di clientela socialmente svantaggiate e titolari di trattamenti pensionistici ai quali il conto di base è offerto senza spese e con esenzione delle imposte di bollo, secondo quanto determinato da apposito Decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze.⁵²

In punto portabilità, il principio introdotto dalla normativa in esame è che i prestatori di servizi di pagamento sono tenuti a fornire a tutti i consumatori il servizio di trasferimento laddove questo sia richiesto con riferimento a conti preesistenti o da aprire nell'occasione, riferiti alla stessa valuta e detenuti presso prestatori stabiliti nel territorio della Repubblica.⁵³

Occorre precisare che per trasferimento dei servizi di pagamento si intende semplicemente la cessazione dei servizi di pagamento (operazioni sia in entrata che in uscita: pagamento utenze, spese e imposte; accredito di stipendi o di ogni altra prestazione periodica) appoggiati ad un determinato conto per trasferirli ad altro conto di pagamento, il tutto senza interruzioni e pregiudizi per il titolare o per i terzi creditori e debitori.

In altre parole, il trasferimento non necessita di per sé la chiusura del conto originario, che può essere chiuso per scelta del titolare ma al contrario può rimanere operativo per funzioni diverse dai servizi di pagamento fino ad allora appoggiati su di esso.

A tutela di un trasferimento dei servizi di pagamento celere e senza disfunzioni, il D. Lgs. 37/2017 fissa in dodici giorni lavorativi dalla ricezione dell'autorizzazione rilasciata dal consumatore al nuovo prestatore a il termine entro il quale il prestatore originario deve completare il trasferimento.

⁵⁰ Art. 126-vicies semel, comma 1, e 126-vicies bis, comma 1 T.U.B.

⁵¹ Art. 126-vicies bis, comma 2 T.U.B.

⁵² Art. 126-vicies quater T.U.B.

⁵³ Art. 126-quinquies decies, 1 comma T.U.B.

Il trasferimento deve avvenire a titolo gratuito⁵⁴, fatto salvo quanto dovuto per la chiusura del conto⁵⁵. Il prestatore originario è inoltre tenuto gratuitamente e per almeno 12 mesi a reindirizzare sul nuovo conto ogni bonifico ricevuto sul conto di origine⁵⁶.

L'art. 126-septesdecies del T.U.B. introduce infine a carico del prestatore, fatto salvo il diritto al risarcimento del danno ulteriore, una penalità di euro 40,00 in caso di mancato rispetto degli obblighi di trasferimento maggiorata per ciascun giorno di ritardo di un ulteriore importo determinato applicando alla disponibilità esistente sul conto di pagamento al momento della richiesta un tasso di interesse annuo pari al valore più elevato del limite stabilito ai sensi della legge antiusura n.108/996.

Notevoli sono le innovazioni legislative apportate in tema di trasparenza dei servizi e dei costi connessi al conto di pagamento.

Il considerando n.15 della Direttiva definisce l'obiettivo della normativa: *“E' essenziale che il consumatore possa comprendere le spese, in modo da poter confrontare le offerte di diversi prestatori di servizi di pagamento e scegliere in modo consapevole il conto di pagamento più adeguato alle sue esigenze. Il confronto tra le spese non è possibile quando i prestatori di servizi di pagamento usano una terminologia diversa per i medesimi servizi e forniscono informazioni in formati diversi. Una terminologia standardizzata assieme a informazioni mirate presentate in un formato uniforme e riguardanti i servizi più rappresentativi collegati ai conti di pagamento possono aiutare i consumatori a comprendere e a confrontare le spese”*.

La comparabilità dei diversi conti di pagamento passa pertanto dalla standardizzazione delle informazioni e del linguaggio bancario. I consumatori, infatti, trarrebbero il massimo beneficio da informazioni concise, standardizzate e facilmente confrontabili.

La direttiva prevede un ruolo di coordinamento tecnico-linguistico per l'EBA (Autorità Bancaria Europea con sede a Londra, in trasferimento a Parigi), tenuta a elaborare una terminologia standardizzata per i servizi comuni almeno alla maggioranza degli Stati membri, sulla base delle informazioni sui servizi più rappresentativi collegati a un conto di pagamento fornitigli da ogni Stato membro⁵⁷.

Il *“Final Report on Draft Regulatory Technical Standards setting out the Union standardised terminology for the most common services linked to a payment account”* è stato effettivamente pubblicato da EBA nel 5 maggio 2017⁵⁸.

⁵⁴ Art. 126-sexdecies, 2 comma T.U.B.

⁵⁵ Art. 126-sexdecies, 4 comma T.U.B.

⁵⁶ Art. 126-quinquiesdecies, 7 comma T.U.B.

⁵⁷ Art. 3, Direttiva 2014/92/UE.

⁵⁸ Il *Final Report* è disponibile sul sito di EBA, <https://www.eba.europa.eu>.

Attuando la Direttiva, il D. Lgs. 37/2017 ha individuato nella Banca d'Italia il soggetto competente a pubblicare on-line un aggiornato elenco dei servizi collegati al conto di pagamento più rappresentativi a livello nazionale⁵⁹, ed impone ai Prestatori l'utilizzo della terminologia standardizzata europea nei documenti informativi⁶⁰.

Tale terminologia deve essere impiegata in generale dai Prestatori di servizi di pagamento anche nei contratti e in ogni informazione e comunicazione resa ai consumatori.

L'art. 126 duodecies del T.U.B. introduce l'obbligo dell'utilizzo di tale terminologia nelle informazioni precontrattuali fornite ai consumatori attraverso un "Documento informativo sulle spese", e nelle comunicazioni periodiche, attraverso un "Riepilogo delle spese".

Banca d'Italia disciplina le modalità di redazione dei predetti documenti informativi, e stabilisce anche le modalità di calcolo, comunicazione e presentazione di un apposito indicatore sintetico di costo relativo al conto di pagamento, da includere almeno nel "Documento informativo sulle spese"⁶¹.

L'uso di una terminologia uniforme e l'utilizzo di un indicatore sintetico di costo sono i due fattori principali di comparabilità dei vari conti di pagamento offerti dai prestatori.

Per promuovere la trasparenza e la comparabilità delle offerte relative ai conti di pagamento viene introdotto per i prestatori l'obbligo, del tutto inedito, di pubblicare le proprie condizioni su almeno un sito web, costituiti anche per il tramite delle associazioni di categoria degli intermediari o da associazioni di consumatori per il confronto tra le offerte relative ai conti di pagamento⁶².

Al di là dell'obbligo introdotto dalla normativa in esame, il confronto on-line tra le diverse condizioni contrattuali applicate ad un conto pagamento non costituisce una novità nel nostro Paese.

5. La comparabilità del conto corrente bancario: esperienze precedenti la Direttiva 2014/92

Nella realtà, non è semplice determinare a priori il costo annuo di un conto di pagamento. Come si è visto, il contratto di conto corrente comprende diverse prestazioni accessorie, che possono causare una variazione del costo del contratto originario, in funzione del numero delle operazioni effettuate e della tipologia dei servizi richiesti ed erogati.

La stessa scarsa mobilità del cliente bancario non aiuta la comparabilità dei costi.

Il parere dell'AGCM sulla concentrazione tra BancaIntesa e S.Paolo IMI del 2006⁶³ ha evidenziato come la maggioranza dei clienti ha come riferimento un'unica banca, cui rimane fedele per periodi

⁵⁹ Art. 126-undecies, 1 comma T.U.B.

⁶⁰ Art. 126-undecies, 3 comma T.U.B.

⁶¹ Art. 126-duodecies, 4 comma T.U.B.

⁶² Art. 126-terdecies T.U.B.

⁶³ Pubblicato nel Bollettino del 27 dicembre, 2006, n.49, pp. 117-200 e consultabile sul sito: www.agcm.it.

piuttosto lunghi e come l’acquisto di altri servizi bancari sia subordinato all’apertura di un conto corrente⁶⁴.

Come si è visto, anche nell’era dell’*e-banking* il primo “biglietto da visita” del conto corrente è costituito dal foglio informativo, contenente le condizioni e le principali caratteristiche dell’operazione o del servizio offerto. Se si confrontano i fogli informativi relativi al prodotto di conto corrente predisposti dalle principali Banche, ci accorgiamo che il rispetto dei criteri di impaginazione e utilizzo delle tecniche grafiche varia poco da un istituto bancario all’altro.

CONFRONTO FOGLI INFORMATIVI					
Banca	Prodotto	Condizioni / pagine totali	Dimensione Carattere	Stili utilizzati	Note
Unicredit	c/c Genius	8 / 11	7pt / 10pt	Impaginazione in tabelle, grassetto, sottolineato	Legenda in calce
Unicredit	c/c Imprendo One	18 / 21	8,5pt / 9,5pt	Impaginazione in tabelle, colore	Legenda in calce
Intesa SanPaolo	c/c Zerotondo	7 / 12	8,5pt / 9,5pt	Impaginazione in tabelle, grassetto, corsivo, colore	Legenda in calce
Intesa SanPaolo	c/c Start	5 / 9	8,5pt / 9,5pt	Impaginazione in tabelle, grassetto, corsivo, colore	Legenda in calce
Intesa SanPaolo	c/c Imprese	21 / 29	9pt	Grassetto	Legenda in calce
MontePaschi	c/c Accademia	3 / 6	9pt	Impaginazione in tabelle, grassetto.	Legenda in calce
MontePaschi	c/c Paschirisparmio	3 / 10	9pt	Impaginazione in tabelle, grassetto	Legenda in calce
Banca Popolare di Novara	c/c Specchio Tutto Online	7 / 12	8pt / 10pt	Impaginazione in tabelle, grassetto	Legenda in calce
Banca Sella	c/c Conto Web Sella	6 / 9	8pt	Impaginazione in tabelle, grassetto	Legenda in calce

Con provvedimento del 17 novembre 2009 la Banca d’Italia, ai sensi dell’art. 117, comma 8 TUB, recepiva l’accordo siglato in data 26 ottobre 2009 da ABI e dalle principali associazioni dei consumatori appartenenti al CNCU⁶⁵, stabilendo che, relativamente al contratto di *conto corrente semplice*, gli intermediari potessero offrire un prodotto “di base” in cui, dietro corresponsione di un canone onnicomprensivo, i consumatori potessero fruire di un rapporto di conto corrente con un numero predeterminato di operazioni di scritturazione e di servizi.

⁶⁴ H. Degryse, S. Ongena, *Competition and regulation in the Banking Sector: a Review of the Empirical Evidence on the Sources of Bank Rents*, in *Handbooks of Corporate Finance*, 2007. Cfr. anche DG Competition, *Report on the retail banking sector inquiry*, European Communities, 2007.

⁶⁵ Il Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU), presieduto dal Ministro dello Sviluppo Economico è l’organo rappresentativo delle associazioni dei consumatori e degli utenti a livello nazionale.

Ai sensi delle Disposizioni di vigilanza del luglio 2009, così come integrate dal provvedimento del 17 novembre dello stesso anno, il contratto di conto corrente semplice doveva contenere l'indicazione del numero di operazioni di scritturazione e di servizi indicati nell'accordo ABI-CNCU, l'indicazione nel foglio informativo, nel documento di sintesi e nel contratto del costo delle operazioni eccedenti quelle previste nel forfait pattuito, l'obbligo a carico dell'intermediario di informare il cliente dell'avvenuto superamento delle operazioni previste⁶⁶. Ciò al fine ultimo di organizzare l'informazione in modo tale da non indurre colui che stipulava un contratto di conto corrente a sceglierne uno che non avrebbe scelto, ovvero, nel linguaggio della psicologia della decisione, a rovesciare le sue preferenze⁶⁷.

Scopo delle Disposizioni del luglio 2009 era chiaramente quello di rendere confrontabili formule di conto corrente diverse sulla base di un minimo comune denominatore costituito dal costo complessivo del contratto e dalle operazioni ivi comprese: al cliente vanno proposti prodotti adatti, cioè in linea con le proprie esigenze finanziarie ed in grado di rispondere ai propri bisogni.

Le disposizioni prevedevano anche l'elaborazione di alcuni profili di clienti-tipo, individuati in base a nucleo familiare, professione, età, reddito, consumi, strumenti di pagamento, istruzione. Tali profili permettevano a banca e cliente di circoscrivere le esigenze di operatività bancaria e selezionare i prodotti. Al fine di semplificare l'auto-reperimento da parte di un cliente del conto-corrente a lui più adatto, si rese necessario predisporre uno strumento affidabile, che facilitasse la ricerca *on line* del prodotto desiderato.

Anche a questo scopo, nell'anno 2003 nasceva il Consorzio Patti Chiari, per volontà di un gruppo di banche italiane⁶⁸ con la missione di offrire ai cittadini strumenti per capire i prodotti finanziari e

⁶⁶ C. Marini, *La nuova disciplina della trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari*, cit.

⁶⁷ N. Bonini, C. Hadjichristidis, *Il sesto senso, Emozione e ragione nella decisione*, cit., p. 42 ss.

⁶⁸ Ad oggi, le banche che aderiscono al consorzio sono: Banca Antonveneta S.p.A., Banca Carige Cassa di Risparmio di Genova e Imperia S.p.A., Banca Carime S.p.A., Banca Caripe S.p.A., Banca Cesare Ponti, Banca CR Firenze, Banca CRV Cassa di Risparmio di Vignola S.p.A., Banca del Fucino, Banca del Monte di Lucca S.p.A., Banca del Piemonte S.p.A., Banca dell'Adriatico S.p.A., Banca dell'Artigianato e dell'Industria, Banca della Campania S.p.A., Banca delle Marche S.p.A., Banca di Credito Popolare, Banca di Credito Sardo, Banca di Legnano, Banca di Sassari S.p.A., Banca di Trento e Bolzano, Banca di Valle Camonica S.p.A., Banca Fideuram S.p.A., Banca Generali S.p.A., Banca Mediolanum, Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., Banca Nuova S.p.A., Banca Padovana Credito Cooperativo s.c., Banca Patrimoni Sella & C. S.p.A., Banca Popolare Commercio e Industria S.p.A., Banca Popolare del Mezzogiorno S.p.A., Banca Popolare dell'Emilia Romagna, Banca Popolare di Ancona S.p.A., Banca Popolare di Aprilia S.p.A., Banca Popolare di Bergamo S.p.A., Banca Popolare di Crema S.p.A., Banca Popolare di Cremona S.p.A., Banca Popolare di Lanciano e Sulmona S.p.A., Banca Popolare di Lodi S.p.A., Banca Popolare di Mantova S.p.A., Banca Popolare di Milano, Banca Popolare di Novara S.p.A., Banca Popolare di Puglia e Basilicata, Banca Popolare di Ravenna S.p.A., Banca Popolare di Spoleto S.p.A., Banca Popolare di Verona - S. Geminiano e S. Prospero S.p.A., Banca Popolare di Vicenza - Società cooperativa per azioni, Banca Popolare FriulAdria S.p.A., Banca Popolare Pugliese, Banca Regionale Europea S.p.A., Banca Sella Nord Est Bovio Calderari, Banca Sella S.p.A., Banca Sella Sud Ardit Galati S.p.A., Bancaperta S.p.A., Banco di Brescia S.p.A., Banco di Napoli S.p.A., Banco di San Giorgio S.p.A. Banco di Sardegna S.p.A. Banco di Sicilia Banco Popolare Soc. Coop. BIVERBANCA S.p.A. - Cassa di Risparmio di Biella e Vercelli CARICHIETI - Cassa di Risparmio della Provincia di Chieti S.p.A. CARIFANO - Cassa di Risparmio di Fano S.p.A. CARILO - Cassa di Risparmio di Loreto CARIPRATO - Cassa di Risparmio di Prato S.p.A. CARISPAQ - Cassa di Risparmio della Provincia dell'Aquila S.p.A. Cassa dei Risparmi di Forlì e della Romagna S.p.A. Cassa di Risparmio del Friuli Venezia Giulia S.p.A. Cassa di Risparmio del

scegliere quelli più adatti alle proprie esigenze, per gestire “un insieme di regole di chiarezza, semplicità comparabilità e mobilità diretto a favorire la realizzazione di un mercato retail efficiente e competitivo [...] la promozione di iniziative volte a sviluppare un positivo e moderno sistema di relazione tra l’industria bancaria e le varie componenti della società [...] anche attraverso piani di comunicazione ed educazione finanziaria della collettività”⁶⁹.

Il motto del Consorzio, che era concessionario del marchio Patti Chiari ricevuto in uso dall’Associazione Bancaria Italiana e che contemporaneamente lo gestisce dandolo in sub-licenza alle banche consorziate, era “*capire di più e scegliere meglio*”⁷⁰, per sottolineare la coincidenza tra informazione e possibilità di tutelare i propri interessi⁷¹. Tra gli obiettivi del progetto si leggeva: “il marchio permetterà a famiglie e imprese di individuare facilmente gli sportelli delle banche che offrono iniziative e rappresenta – grazie alla certificazione da parte di soggetti esterni – una garanzia di rispetto dei principi di chiarezza, comprensibilità e comparabilità che sono alla base dell’intero progetto”⁷².

Nell’opinione pubblica, la credibilità del marchio è stata in seguito irreversibilmente pregiudicata dal crack finanziario del 2008, anche a causa della pubblicazione sul sito del Consorzio di informazioni sul rischio di strumenti di investimento (Lehman Brothers) non corrispondenti al rischio effettivo, che hanno condotto anche alla condanna del Consorzio in solido con alcuni Istituti Bancari al risarcimento del danno sofferto dal consumatore⁷³.

Ai fini del presente contributo, ci concentreremo sull’attività di comparazione dei conti correnti effettuate on-line dal Consorzio Patti Chiari, fino alla chiusura del servizio nel novembre 2014.

L’idea della comparazione on-line nasceva dall’esigenza di superare le difficoltà interpretative dei fogli informativi. È stato infatti rilevato che la difficoltà nella piena comprensione di un’offerta non dipende soltanto dall’assenza di informazione, ma da fogli informativi poco chiari e auto-

Veneto S.p.A. Cassa di Risparmio della Provincia di Viterbo S.p.A. Cassa di Risparmio della Spezia S.p.A. Cassa di Risparmio di Alessandria S.p.A. Cassa di Risparmio di Ascoli Piceno S.p.A. Cassa di Risparmio di Carrara Cassa di Risparmio di Città di Castello S.p.A. Cassa di Risparmio di Civitavecchia S.p.A. Cassa di Risparmio di Foligno S.p.A., Cassa di Risparmio di Lucca Pisa Livorno S.p.A. Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza S.p.A. (Cariparma) Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia S.p.A. Cassa di Risparmio di Rieti S.p.A. Cassa di Risparmio di Savona S.p.A. Cassa di Risparmio di Spoleto S.p.A. Cassa di Risparmio di Terni e Narni S.p.A. Cassa di Risparmio di Venezia S.p.A. Cassa di Risparmio in Bologna S.p.A. CREDEM - Credito Emiliano S.p.A. Credito Artigiano Credito Bergamasco S.p.A. Credito Piemontese Credito Siciliano Credito Valtellinese Deutsche Bank S.p.A. Efibanca - Ente finanziario interbancario S.p.A. FlashBank S.p.A. Intesa Sanpaolo S.p.A. Istituto Centrale delle Banche Popolari Italiane UBI - Unione di Banche Italiane UBI Banca Private Investment S.p.A. UniCredit Banca di Roma UniCredit Family Financing Bank UniCredit S.p.A., Unicredit. Spa.

⁶⁹ Art. 4 dello Statuto in vigore il 20 giugno 2010.

⁷⁰ Cfr. *Guida Elenco obbligazioni basso rischio-basso rendimento* edita dal Consorzio PattiChiari.

⁷¹ Rorodof, *Importanza e limiti dell’informazione nei mercati finanziari*, in *Giur. Comm.*, 2002, I, p. 773 ss.

⁷² *Banche arrivano i marchi PattiChiari in 15000 sportelli*, Comunicato stampa, Roma, Palazzo Altieri, 28 ottobre 2004.

⁷³ Cfr. Sentenza n.44 del 14 gennaio 2015 Tribunale di Cuneo, in <http://www.dirittobancario.it/giurisprudenza/servizi-di-investimento/lehman-brothers-commento-sentenza-n-442015-del-14-gennaio-2015-del-tribunale-di-cuneo>.

referenziali, e dalla mancanza di un prospetto che riassume le condizioni sintetiche complessive dei servizi bancari per un dato profilo di movimentazione del conto corrente⁷⁴.

Diversi studi hanno mostrato come, nel caso di un consumatore posto di fronte a molte possibilità di scelta, il conflitto decisionale (che sovente conduce ad una minore propensione all'acquisto) non dipende dal numero delle alternative, bensì dalla loro somiglianza⁷⁵.

Il consorzio Patti Chiari rese pertanto disponibile sul proprio sito il motore di ricerca *Conti Correnti a Confronto*, un servizio che permetteva di confrontare contenuti e costi dei prodotti di conto corrente di un gran numero di banche. Il servizio prevedeva la possibilità di utilizzo di diversi criteri di ricerca.

Anticipando di quasi undici anni il contenuto della direttiva 2014/92/UE, per agevolare la comparazione tra i singoli prodotti di conto corrente presenti nella piattaforma Patti Chiari, venivano indicati un indicatore sintetico di costo⁷⁶, calcolato in base ai principali tipi di utilizzo definiti da Banca d'Italia, e delle icone relative ai principali servizi bancari ed extrabancari offerti.

La possibilità di effettuare una valutazione comparativa delle offerte di conto corrente di diverse banche senza dubbio aiuta a scindere l'aspetto cognitivo connesso alla razionalità della scelta rispetto alla reazione affettiva che può falsare il meccanismo di autodeterminazione del consumatore⁷⁷.

Il motore di ricerca consentiva infatti di selezionare sette profili predefiniti (ragazzi compresi tra i 13 e i 18 anni, giovani, famiglie con operatività bassa, famiglie con operatività media, famiglie con operatività elevata, pensionati con operatività media e pensionati con operatività bassa). L'associazione dei conti correnti ai profili predefiniti era effettuata direttamente dalla banca in analogia all'informazione contenuta nei fogli informativi disponibili allo sportello e sul sito internet delle banche aderenti al consorzio.

La standardizzazione dell'offerta informativa fornita dal motore di ricerca consentiva al fruitore di non essere influenzato dalla manipolazione del formato nella comunicazione del prezzo e dei costi aggiuntivi⁷⁸. Era possibile selezionare poi il tipo di canale preferito, (solo sportello, sportello e

⁷⁴ V. Cesasi, *Più concorrenza nel mercato dei depositi italiani: una riflessione sull'indagine conoscitiva dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, articolo preparato per *Economia e Politica Industriale*, giugno 2007. L'Autore individua nella scarsa competitività del mercato dei servizi bancari in Italia la presenza di costi di ricerca, costi di uscita e pratiche di vendita di pacchetti di servizi non separabili (*tying*).

⁷⁵ N. Bonini, C. Hadjichristidis, *Il sesto senso, Emozione e ragione nella decisione*, cit.

⁷⁶ Il documento di sintesi, che riporta in maniera personalizzata, secondo quanto previsto dal contratto, le condizioni economiche pubblicizzate nel foglio informativo relativo al tipo di operazione o servizio scelto.

⁷⁷ C. K. Hsee, *Less Is Better: When Low-Value Options are Valued More Highly Than High-Value Options*, in *Journal of Behavioral Decision Making*, 11, 1998, pp. 107-121.

⁷⁸ L'analisi economica ha mostrato come ciò che conta nella proposizione di un'offerta è il rapporto costo/beneficio rilevante. Recenti studi hanno tuttavia dimostrato come il formato numerico mediante il quale le offerte vengono presentate influenzino la scelta del consumatore, in particolare quelli caratterizzati da una scarsa abilità con il calcolo numerico sarebbero maggiormente propensi ad optare per un'opzione presentata in formato percentuale M. Graffeo, N. Bonini, *The Effect of the Mental Accounting on People with Different Levels of Numerical Ability*, working paper I Joint-Workshop of the European Association of Decision Making (EADM) and the International Association of

canali virtuali, solo canali virtuali e promotori finanziari e altri canali) e una località predeterminata nell'ambito di una provincia.

Il servizio di confronto dei conti correnti terminò, con la sostanziale cessazione delle attività del consorzio Patti Chiari, nel novembre 2014.

Successivamente alla chiusura del consorzio, nell'agosto 2015 l'Associazione Bancaria Italiana dava vita ad un nuovo servizio “*Compara Conti*”, consultabile sul sito internet www.comparaconti.it.

Al fine di evitare le polemiche sulla scarsa indipendenza di Patti Chiari dalle Banche che ne costituivano il Consorzio, il sito “*Compara Conti*” era gestito da un “Osservatorio indipendente” costituito da undici componenti espressione del mondo accademico e consumeristico⁷⁹.

Il sito ospitava il motore di confronto online che rendeva disponibili gratuitamente informazioni complete, aggiornate e comparabili sui conti correnti offerti dalle banche ai consumatori.

All'interno del servizio erano presenti oltre 300 prodotti bancari, ai quali l'utente poteva accedere scegliendo tra due modalità di ricerca: il “confronto per profilo tipo di utilizzo”, che consentiva di confrontare i conti in base ai profili tipo di utilizzo definiti dalla Banca d'Italia, oppure il “confronto per banche”, per comparare i conti di una o più banche, indipendentemente dal profilo di utilizzo.

Il confronto comprendeva una “scheda standard” con le principali condizioni economiche ed i contenuti di servizio, e l'Indicatore sintetico di costo (ISC), che in un unico numero forniva il costo indicativo annuo del conto corrente. Al servizio aderivano 48 banche, rappresentative in termini di sportelli di circa il 63% del totale del settore⁸⁰.

Paradossalmente, a seguito dell'entrata in vigore del D. Lgs. 37/2017 che introduce l'obbligo di comparazione su internet dei costi del conto di pagamento, il servizio Compara Conti è stato sospeso, e lo è tuttora.

Sul sito www.comparaconti.it si legge che il servizio “*è al momento sospeso in considerazione delle recenti novità normative in tema di comparabilità delle spese recate dal decreto legislativo 15*

Research in Economic Psychology (IAREP) on Cognition and Emotion in Economic Decision Making, MART, Rovereto, 26-27 gennaio 2007.

⁷⁹ Fanno parte dell'Osservatorio indipendente il Presidente Prof. Giorgio Pastori, e i componenti: Dott. Roberto Barbieri, Prof.ssa Paola Bongini, Dott. Mario Finzi, Dott. Stefano Godano, Avv. Carmine Laurenzano, Prof. Paolo Onofri, Prof. Pier Luigi Parcu, Prof. Pippo Ranci, Dott. Stefano Santin, Prof. Avv. Domenico Sorace

⁸⁰ Le banche aderenti sono: Banca Carige - Cassa di Risparmio di Genova e Imperia S.p.A., Banca Cesare Ponti, Banca CR Firenze, Banca del Monte di Lucca S.p.A., Banca di Credito Popolare, Banca Generali S.p.A., Banca Mediolanum, Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A., Banca Popolare dell'Emilia Romagna, Banca Popolare FriulAdria S.p.A., Banca Sella S.p.A., Banco BPM S.p.A., Banco di Napoli S.p.A., Banco di Sardegna S.p.A., Bene Banca Credito Cooperativo di Bene Vagienna (Cuneo), BNL - Gruppo BNP Paribas, BPM S.p.A., Cassa dei Risparmi di Forlì e della Romagna S.p.A., Cassa di Risparmio del Friuli Venezia Giulia S.p.A., Cassa di Risparmio della Spezia S.p.A., Cassa di Risparmio del Veneto S.p.A., Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza S.p.A. (Cariparma), Cassa di Risparmio di Pistoia e della Lucchesia S.p.A., Cassa di Risparmio in Bologna S.p.A., CREDEM - Credito Emiliano S.p.A., Credito Siciliano, Credito Valtellinese, FIDEURAM S.p.A., Intesa Sanpaolo S.p.A., UBI - Unione di Banche Italiane, UniCredit S.p.A.

marzo 2017 n. 37, pubblicato il 30 marzo 2017 nella Gazzetta Ufficiale n.75, che recepisce la direttiva europea sui conti di pagamento (Payment Accounts Directive, c.d. PAD)⁸¹

Siamo quindi dinanzi ad un'innovazione legislativa che ha come effetto collaterale quello di paralizzare una buona prassi, già in funzione e sorta per raggiungere il medesimo obiettivo della riforma.

⁸¹ Cfr. sito internet www.comparaconti.it